

Implementasi Manajemen Event Expo Program Studi Dalam Mendukung Akreditasi Perguruan Tinggi

Salsabila Sari Yasmin^{1*}, Kukuh Pribadi¹

Universitas Muhammadiyah Jember, Jember¹

Email korespondensi: salsayasmin307@gmail.com*

Abstract

This study aims to analyze the implementation of event management in organizing the Study Program Product Expo as part of efforts to support Institutional Accreditation (AIPT) at the University of Muhammadiyah Jember, as well as to identify the supporting and inhibiting factors in its implementation. This research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including semi-structured interviews, observation, and documentation. Informants were determined using purposive sampling, involving student committee members, AIPT committee members, and university representatives. The results show that event management implementation was carried out through five main stages: research, design, planning, coordinating, and evaluating, which were conducted systematically and continuously. The research stage involved benchmarking and digital exploration. The design stage produced a clean corporate concept that reflected a professional institutional image despite changes in venue. The planning stage demonstrated active student involvement in timeline preparation, budgeting, and vendor selection. Coordination was conducted intensively through both vertical and horizontal communication, although some miscommunication issues were encountered. The evaluation stage indicates that the event was effective in achieving its objectives, although it was not fully efficient due to time and human resource limitations. Supporting factors include team collaboration, student creativity, quality of design, and institutional understanding, while inhibiting factors include time constraints, venue changes, vendor coordination issues, communication complexity, and limited human resources.

Keywords : Event Management, Product Expo, Higher Education Accreditation, Students, Organizational Communication

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen event dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi sebagai bagian dari upaya mendukung Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT) di Universitas Muhammadiyah Jember, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Informan ditentukan secara purposive sampling yang melibatkan mahasiswa panitia expo, panitia AIPT, dan pihak universitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen event telah dilaksanakan melalui lima tahapan, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi yang berjalan secara sistematis dan berkesinambungan. Tahap riset dilakukan melalui studi banding dan eksplorasi digital. Tahap desain menghasilkan konsep clean corporate yang merepresentasikan citra profesional meskipun mengalami perubahan lokasi. Tahap perencanaan menunjukkan keterlibatan aktif mahasiswa dalam penyusunan timeline, anggaran, dan pemilihan

vendor. Koordinasi berlangsung intensif melalui komunikasi vertikal dan horizontal, meskipun masih terdapat kendala miskomunikasi. Evaluasi menunjukkan kegiatan berjalan efektif, namun belum optimal dari sisi efisiensi. Faktor pendukung meliputi kolaborasi tim, kreativitas mahasiswa, kualitas desain, dan pemahaman institusi, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu, perubahan lokasi, kendala vendor, kompleksitas komunikasi, dan keterbatasan sumber daya manusia.

Kata Kunci : *Manajemen Event, Expo Produk, Akreditasi Perguruan Tinggi, Mahasiswa, Komunikasi Organisasi.*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan institusi pendidikan formal yang memiliki peran strategis dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, kompeten, dan berdaya saing. Dalam menjalankan fungsinya, perguruan tinggi mengemban tanggung jawab pelaksanaan tridarma yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Untuk menjamin mutu pelaksanaan tridarma tersebut, perguruan tinggi diwajibkan mengikuti proses akreditasi yang diselenggarakan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) sebagai bentuk penilaian terhadap kinerja dan kualitas institusi secara menyeluruh (Trigunadharma.ac.id, 2024). Proses akreditasi tidak hanya berfokus pada aspek administratif dan akademik, tetapi juga mencakup tata kelola institusi, budaya mutu, serta implementasi nyata dari aktivitas kelembagaan yang melibatkan seluruh sivitas akademika.

Sebagai bagian dari sistem pendidikan tinggi nasional, Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) memiliki karakteristik tersendiri dalam penyelenggaraan pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyahan. Nilai tersebut terimplementasi dalam Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, serta Al-Islam dan Kemuhammadiyahan (AIK) (Muhammadiyah.or.id, 2023). Catur Dharma ini menjadi landasan filosofis dalam setiap aktivitas akademik maupun non-akademik yang diselenggarakan oleh PTM, termasuk dalam pengelolaan kegiatan institusional. Dalam konteks ini, universitas tidak hanya dituntut untuk memenuhi standar akademik, tetapi juga mampu menunjukkan identitas dan nilai-nilai institusional melalui berbagai kegiatan strategis yang dilaksanakan.

Salah satu bentuk kegiatan institusional yang memiliki peran strategis dalam mendukung akreditasi adalah Expo Produk Program Studi. Kegiatan ini menampilkan capaian akademik dan non-akademik dari masing-masing program studi dalam bentuk karya, inovasi, serta produk unggulan sebagai representasi kualitas institusi. Expo tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran, tetapi juga sebagai media komunikasi institusional yang mampu menyampaikan informasi membangun citra, serta merepresentasikan identitas organisasi kepada publik. Dalam hal ini, penyelenggaraan event menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk membangun hubungan dengan publik serta memperkuat citra organisasi melalui pengelolaan kegiatan yang terencana dan terarah (Handayani & Alisya, 2020).

Dalam praktiknya, penyelenggaraan Expo Produk Program Studi melibatkan

berbagai pihak, termasuk mahasiswa sebagai bagian dari kepanitiaan. Mahasiswa, khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi, memiliki peran penting dalam menjalankan fungsi manajemen event di bawah koordinasi pihak universitas. Keterlibatan mahasiswa tidak hanya sebatas pelaksana teknis, tetapi juga mencakup peran dalam penyusunan konsep kegiatan, perencanaan teknis dan anggaran, koordinasi antar divisi, hingga pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berperan sebagai aktor utama dalam implementasi manajemen event, sehingga keberhasilan kegiatan sangat dipengaruhi oleh kompetensi dan kinerja mahasiswa dalam menjalankan tugasnya.

Selain aspek manajerial, keberhasilan penyelenggaraan event juga sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran pesan dalam suatu sistem yang terstruktur untuk mencapai tujuan bersama (Pertiwi, 2024). Menurut Pace dan Faules (2010), komunikasi organisasi mencakup proses penciptaan, pengiriman, penerimaan, dan pertukaran pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung. Dalam organisasi, komunikasi dapat berlangsung secara vertikal maupun horizontal, yang masing-masing memiliki fungsi dalam mendukung koordinasi dan pengambilan keputusan.

Dalam konteks penyelenggaraan event institusional, komunikasi organisasi menjadi fondasi utama dalam mengoordinasikan berbagai pihak yang terlibat. Mahasiswa sebagai panitia dituntut untuk mampu menjalin komunikasi yang efektif dengan dosen pembimbing, pimpinan fakultas, unit kerja terkait, serta antaranggota kepanitiaan. Komunikasi yang tidak berjalan secara efektif berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, tumpang tindih tugas, serta hambatan teknis dalam pelaksanaan kegiatan. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas, terbuka, dan disertai umpan balik yang konstruktif menjadi faktor penting dalam mendukung kelancaran penyelenggaraan event (Alfiansyah, 2017).

Di sisi lain, manajemen event menurut Goldblatt dalam Noor (2013) merupakan proses pengelolaan kegiatan yang dilakukan secara sistematis melalui tahapan *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation* untuk mencapai tujuan tertentu (Irliani & Diniati, 2021). Setiap tahapan memiliki peran yang saling berkaitan dalam menentukan keberhasilan suatu event. Tahap *research* berfungsi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan kegiatan, tahap *design* digunakan untuk merancang konsep acara, tahap *planning* mencakup penyusunan anggaran dan jadwal, tahap *coordination* berfokus pada pengoordinasian seluruh pihak yang terlibat, serta tahap *evaluation* digunakan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan mengidentifikasi kekurangan yang perlu diperbaiki.

Penerapan tahapan manajemen event tersebut menjadi sangat relevan dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi sebagai bagian dari event institusional perguruan tinggi. Dalam praktiknya, mahasiswa sebagai panitia dituntut untuk mampu menjalankan seluruh tahapan tersebut secara terstruktur dan terintegrasi. Selain itu, kegiatan expo juga memiliki fungsi strategis dalam membangun citra institusi, mengingat event yang diselenggarakan dengan baik akan memberikan dampak positif

terhadap persepsi publik terhadap institusi (Meilina & Patrianti, 2023). Dalam konteks akreditasi, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk representasi capaian program studi yang dapat mempengaruhi penilaian terhadap mutu perguruan tinggi (Basuki, 2020).

Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi. Beberapa kendala yang sering muncul antara lain keterbatasan waktu perencanaan, perbedaan pemahaman antar pihak yang terlibat, serta dinamika koordinasi antara mahasiswa dan panitia universitas. Selain itu, efektivitas komunikasi internal juga menjadi faktor yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan, terutama dalam hal penyampaian ide, konsep, serta pengambilan keputusan (Widharthana, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi manajemen event tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga mencakup aspek komunikasi organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan event institusional juga memiliki nilai pembelajaran yang signifikan. Event memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan manajerial, kepemimpinan, kerja tim, serta komunikasi organisasi. Selain itu, keterlibatan tersebut juga mencerminkan partisipasi aktif mahasiswa dalam mendukung agenda strategis institusi (Mutezar & Umniy Salamah, 2021). Dengan demikian, kegiatan expo tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung akreditasi, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa secara langsung.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa penyelenggaraan Expo Produk Program Studi merupakan kegiatan yang kompleks dan melibatkan berbagai aspek, mulai dari manajemen event, komunikasi organisasi, hingga keterlibatan mahasiswa sebagai pelaksana kegiatan. Oleh karena itu, kajian mengenai implementasi manajemen event dalam kegiatan ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip manajemen event diterapkan secara efektif dalam mendukung keberhasilan kegiatan institusional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan implementasi manajemen event pada kegiatan Expo Produk Program Studi dalam mendukung Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peran mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dalam pelaksanaan tahapan manajemen event. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik pengelolaan event institusional serta menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengembangan kegiatan serupa di lingkungan perguruan tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi manajemen event dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi sebagai bagian dari upaya mendukung Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Jember. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, dinamika, serta makna dari praktik manajerial yang dijalankan dalam konteks kegiatan

institusional, sehingga tidak dapat diukur hanya melalui pendekatan kuantitatif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali secara komprehensif bagaimana tahapan manajemen event—meliputi riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi—diimplementasikan dalam penyelenggaraan expo. Penelitian dilakukan dalam setting alami untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai interaksi, pengambilan keputusan, serta pola komunikasi organisasi yang terbangun antara mahasiswa sebagai panitia dan pihak universitas sebagai penanggung jawab kegiatan. Pendekatan ini relevan dengan tujuan penelitian yang menekankan pemahaman kontekstual dan prosedural terhadap implementasi manajemen event (Fadli, 2021).

Penelitian dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Jember dengan objek kajian kegiatan Expo Produk Program Studi yang merupakan bagian dari rangkaian Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT). Expo tersebut dilaksanakan pada 14 Juni 2025, sementara proses penelitian dilakukan pada 3 – 8 April 2026 setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi kegiatan expo sebagai bentuk implementasi nyata pengelolaan event institusional yang melibatkan mahasiswa, khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Pengumpulan data dilakukan secara langsung (offline) melalui wawancara mendalam dengan panitia, serta secara daring (online) menggunakan Google Meet dan Chat Whatsapp untuk menjangkau seluruh anggota panitia. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan dokumen kegiatan seperti laporan, foto, dan video dokumentasi untuk merekonstruksi proses penyelenggaraan expo secara sistematis

Penentuan sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan dipilih karena memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi. Sumber data terdiri dari mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang berperan sebagai panitia, panitia kegiatan Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT), serta pihak universitas yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan kegiatan. Mahasiswa yang menjadi informan merupakan pihak yang terlibat dalam seluruh rangkaian kegiatan expo secara kolektif, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Sementara itu, panitia AIPT dan pihak universitas berperan dalam memberikan arahan, pengawasan, serta pengambilan keputusan dalam penyelenggaraan kegiatan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi secara mendalam mengenai implementasi manajemen event, peran mahasiswa, proses koordinasi, serta kendala yang dihadapi selama penyelenggaraan expo. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas panitia, baik pada tahap persiapan maupun pelaksanaan, untuk melihat secara langsung pembagian tugas, pola komunikasi, serta dinamika kerja tim. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung melalui pengumpulan dokumen seperti proposal kegiatan, struktur kepanitiaan, jadwal pelaksanaan, laporan kegiatan, serta dokumentasi visual berupa foto dan video. Kombinasi ketiga teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang

komprehensif dan saling melengkapi.

Fokus penelitian ini adalah mengkaji implementasi manajemen event pada kegiatan Expo Produk Program Studi yang meliputi tahapan riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi sesuai dengan kerangka yang dikemukakan oleh Goldblatt, dengan tujuan memahami bagaimana setiap tahapan tersebut dijalankan dalam konteks kegiatan institusional perguruan tinggi, mulai dari perumusan konsep hingga evaluasi pasca pelaksanaan. Selain itu, penelitian ini juga menelaah pola komunikasi organisasi antara mahasiswa sebagai panitia dengan pihak universitas serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi penyelenggaraan expo, baik dari aspek sumber daya manusia, waktu, koordinasi, maupun faktor teknis di lapangan. Dalam konteks tersebut, penelitian ini mengkaji kontribusi implementasi manajemen event dalam mendukung Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT) di Universitas Muhammadiyah Jember, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai proses pengelolaan event institusional serta efektivitasnya dalam mencapai tujuan kegiatan dan mendukung kepentingan strategis institusi.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi agar sesuai dengan fokus penelitian. Data yang relevan kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori seperti tahapan manajemen event, peran mahasiswa, dan pola komunikasi organisasi. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis untuk memudahkan pemahaman terhadap alur pelaksanaan kegiatan dan hubungan antar variabel yang diteliti. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menginterpretasikan data untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Proses ini disertai dengan verifikasi melalui teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dan metode untuk memastikan keabsahan dan konsistensi temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Expo Produk Program Studi

Expo Produk Program Studi merupakan salah satu kegiatan strategis yang diselenggarakan dalam rangka mendukung pelaksanaan Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT) di Universitas Muhammadiyah Jember. Kegiatan ini dirancang sebagai media representasi capaian akademik dan non-akademik dari masing-masing program studi, baik dalam bentuk karya ilmiah, inovasi, maupun luaran Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah. Dengan demikian, expo tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran semata, tetapi juga sebagai sarana komunikasi institusional yang menyampaikan kualitas dan kinerja perguruan tinggi kepada asesor akreditasi.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini melibatkan 9 Fakultas dengan total 30 Program Studi. Namun demikian, tidak seluruh produk unggulan dapat ditampilkan

secara langsung dalam stand expo. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan ruang serta kesiapan produk yang memerlukan proses koordinasi sejak jauh hari. Oleh karena itu, dilakukan proses seleksi terhadap produk yang dianggap paling representatif, baik dari segi kualitas, nilai inovasi, maupun kesesuaian dengan konsep expo yang telah dirancang. Secara keseluruhan, terdapat sekitar tiga puluh produk yang berhasil ditampilkan dalam kegiatan tersebut.

Expo ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2025 di lingkungan Universitas Muhammadiyah Jember dengan melibatkan mahasiswa, khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi, sebagai panitia pelaksana. Mahasiswa berperan aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan konsep, perancangan desain, hingga pelaksanaan teknis di lapangan. Dalam hal konsep, expo mengusung tema *clean corporate* yang menekankan pada tampilan visual yang rapi, profesional, dan terstruktur. Tema ini dipilih karena dinilai mampu mendukung kebutuhan kegiatan akreditasi yang menuntut kesan formal, kredibel, serta informatif. Dengan demikian, expo tidak hanya berfungsi sebagai media display, tetapi juga sebagai representasi visual institusi dalam memenuhi standar penilaian akreditasi.

Tahap Riset (Research)

Tahap riset merupakan tahapan awal yang menjadi fondasi dalam penyelenggaraan Expo Produk Program Studi. Pada tahap ini, panitia berupaya memahami secara menyeluruh kebutuhan kegiatan, baik dari segi konsep, teknis pelaksanaan, maupun kesesuaian dengan standar akreditasi institusi. Tahap ini sejalan dengan konsep manajemen event menurut Goldblatt (dalam Noor, 2013), yang menempatkan riset sebagai dasar dalam menentukan arah dan tujuan kegiatan (Isyak & Wijaksono, 2021).

Dalam praktiknya, proses riset dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah kegiatan studi banding ke perguruan tinggi lain yang telah melaksanakan expo serupa dalam konteks akreditasi. Melalui kegiatan tersebut, panitia memperoleh gambaran konkret mengenai tata letak expo, desain stand, serta jenis produk yang layak ditampilkan. Informasi ini kemudian dijadikan referensi dalam merancang konsep expo agar sesuai dengan standar penilaian institusi. Selain riset yang bersifat institusional, mahasiswa sebagai panitia juga melakukan eksplorasi mandiri dengan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti Google, Instagram, dan Pinterest. Melalui platform tersebut, mahasiswa mencari referensi terkait tren desain expo, penataan display produk, serta konsep visual yang komunikatif. Hal ini menunjukkan adanya inisiatif mahasiswa dalam menggali informasi untuk memperkaya konsep kegiatan.

Namun demikian, pada tahap awal keterlibatan, tidak seluruh mahasiswa memiliki pemahaman yang utuh mengenai konsep expo. Sebagian mahasiswa masih memiliki persepsi bahwa kegiatan ini bersifat seperti festival atau acara hiburan. Kondisi ini menunjukkan bahwa tahap riset juga berfungsi sebagai proses adaptasi awal bagi mahasiswa dalam memahami karakteristik event institusional yang memiliki tujuan strategis dalam mendukung akreditasi. Seiring berjalannya waktu, pemahaman

mahasiswa mulai berkembang melalui keterlibatan aktif dalam diskusi, pencarian referensi, serta arahan dari pihak universitas. Dengan demikian, tahap riset tidak hanya berfungsi sebagai proses pengumpulan informasi, tetapi juga sebagai proses pembelajaran yang membantu mahasiswa memahami peran dan tanggung jawabnya dalam kegiatan tersebut.

Tahap Desain (Design)

Tahap desain merupakan proses penerjemahan konsep ke dalam bentuk visual yang nyata. Dalam konteks Expo Produk Program Studi, desain tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan informasi secara sistematis kepada asesor dan pengunjung (Wahdini, 2018). Mahasiswa berperan aktif dalam merancang konsep visual expo, mulai dari penataan stand, pemilihan elemen desain, hingga penyusunan alur penyampaian informasi. Meskipun demikian, proses desain tetap mengacu pada arahan dari pihak universitas, khususnya dalam penerapan tema clean corporate. Tema ini menjadi pedoman utama dalam menciptakan tampilan yang profesional, rapi, dan terstruktur.

Dalam pelaksanaannya, proses desain mengalami dinamika yang cukup kompleks. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah perubahan lokasi pelaksanaan expo yang terjadi secara berulang. Perubahan ini berdampak langsung pada desain tata letak, ukuran stand, serta alur pengunjung, sehingga tim desain harus melakukan revisi beberapa kali. Hal ini menunjukkan bahwa desain dalam manajemen event bersifat fleksibel dan harus mampu beradaptasi dengan kondisi lapangan.

Selain itu, mahasiswa juga mempertimbangkan aspek alur pergerakan pengunjung (flow) dalam penyusunan tata letak stand. Penataan ini dirancang agar setiap stand tidak hanya berdiri sebagai display terpisah, tetapi mampu membentuk alur cerita yang sistematis mengenai capaian program studi. Dengan demikian, pengunjung dapat memahami informasi secara runtut dan menyeluruh. Meskipun mahasiswa menunjukkan keterlibatan yang aktif, keterbatasan pengalaman menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kontribusi mereka dalam proses desain. Sebagian mahasiswa cenderung mengikuti arahan dari pihak yang lebih berpengalaman. Namun demikian, kondisi ini justru menjadi bagian dari proses pembelajaran dalam memahami standar desain event institusional.

Tahap Perencanaan (Planning)

Tahap perencanaan merupakan proses strategis yang menerjemahkan konsep desain ke dalam langkah operasional yang lebih konkret. Tahap ini mencakup penyusunan rencana kerja, pengelolaan sumber daya, penyusunan anggaran, serta penentuan timeline kegiatan. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen event menurut Goldblatt (dalam Noor, 2013), yang menekankan pentingnya perencanaan dalam memastikan kegiatan berjalan efektif (Isyak & Wijaksono, 2021). Dalam pelaksanaannya, mahasiswa terlibat aktif dalam penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB) sebagai acuan dalam mengelola kebutuhan kegiatan. Selain itu, mahasiswa juga

bertanggung jawab dalam mencari vendor yang mampu merealisasikan konsep desain yang telah dirancang. Namun, proses ini tidak berjalan tanpa kendala. Mahasiswa mengalami kesulitan dalam menemukan vendor yang sesuai dengan kebutuhan desain, terutama karena konsep yang diusung bersifat spesifik dan mengacu pada tema clean corporate.

Selain itu, perubahan lokasi pelaksanaan expo juga memengaruhi proses perencanaan. Setiap perubahan mengharuskan tim untuk menyesuaikan kembali rencana yang telah disusun, baik dari segi teknis maupun anggaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa perencanaan dalam manajemen event tidak bersifat statis, melainkan memerlukan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi. Di tengah berbagai kendala tersebut, proses perencanaan tetap dilakukan secara kolektif melalui diskusi dan musyawarah antar anggota tim. Setiap keputusan diambil berdasarkan pertimbangan bersama dengan melihat berbagai alternatif solusi yang memungkinkan. Di sisi lain, pihak universitas juga memberikan arahan melalui penetapan timeline dan monitoring terhadap progres kegiatan. Hal ini menunjukkan adanya sinergi antara mahasiswa dan pihak universitas dalam proses perencanaan.

Tahap Koordinasi (Coordinating)

Koordinasi merupakan aspek penting dalam memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan secara terintegrasi. Dalam konteks ini, koordinasi tidak hanya melibatkan hubungan antar mahasiswa, tetapi juga interaksi antara mahasiswa dengan pihak universitas. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2010), yang menekankan pentingnya pertukaran pesan dalam mencapai tujuan bersama (Pertiwi, 2024). Komunikasi organisasi dalam penyelenggaraan expo menunjukkan pola komunikasi vertikal dan horizontal sebagaimana dikemukakan oleh Pace dan Faules (2010) (Misludin, 2023). Komunikasi vertikal terjadi antara pihak universitas dan mahasiswa, sedangkan komunikasi horizontal terjadi antar mahasiswa panitia. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dilakukan melalui berbagai media, seperti rapat koordinasi, grup WhatsApp, serta pendampingan langsung. Dalam praktiknya, mahasiswa memanfaatkan berbagai media komunikasi, seperti grup WhatsApp dan alat komunikasi lapangan seperti handy talky (HT), untuk menjaga kelancaran arus informasi. Melalui media tersebut, setiap perkembangan, kendala, maupun kondisi di lapangan dapat segera diinformasikan kepada seluruh anggota tim. Pola komunikasi ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara berkelanjutan.

Namun demikian, koordinasi tidak terlepas dari berbagai kendala, terutama yang berkaitan dengan struktur komunikasi yang berlapis. Alur komunikasi yang panjang berpotensi menimbulkan perbedaan pemahaman antar anggota, serta terdapat kendala yang berkaitan dengan perbedaan latar belakang dan pemahaman antar pihak. Untuk mengatasi hal tersebut, panitia menerapkan komunikasi dua arah sebagai bentuk klarifikasi terhadap setiap instruksi yang diterima. Komunikasi dua arah ini memungkinkan adanya klarifikasi dan penyelarasan pemahaman antar pihak yang terlibat. Selain itu, pendampingan dari pihak universitas juga berperan penting dalam

menjaga efektivitas koordinasi. Kehadiran pihak universitas membantu menjembatani perbedaan pemahaman serta memastikan bahwa setiap tahapan kegiatan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Tahap Evaluasi (Evaluating)

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir dalam manajemen event yang bertujuan untuk menilai keberhasilan kegiatan (Wahdini, 2018). Evaluasi dilakukan tidak hanya setelah kegiatan selesai, tetapi juga selama proses persiapan hingga pelaksanaan berlangsung. Dari perspektif pihak universitas, evaluasi dilakukan dengan mengacu pada kesesuaian antara pelaksanaan kegiatan dengan timeline yang telah ditetapkan. Sementara itu, bagi mahasiswa, evaluasi menjadi sarana pembelajaran yang memberikan pengalaman dalam manajemen waktu, kerja tim, serta pengambilan keputusan. Secara umum, kegiatan expo dinilai berhasil karena mampu mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu menampilkan produk unggulan program studi secara sistematis. Namun demikian, dari segi efisiensi masih terdapat kekurangan, terutama terkait keterbatasan sumber daya manusia dan waktu persiapan yang relatif singkat.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Keberhasilan penyelenggaraan expo didukung oleh beberapa faktor, antara lain kolaborasi tim yang baik, kualitas desain dan penataan stand, keterlibatan aktif mahasiswa, serta pemahaman terhadap konteks institusi. Di sisi lain, terdapat pula faktor penghambat, seperti perubahan lokasi, keterbatasan waktu, kendala vendor, komunikasi yang berlapis, serta keterbatasan sumber daya manusia. Meskipun demikian, kemampuan adaptasi dan kerja sama yang baik dari panitia memungkinkan kegiatan tetap berjalan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan event tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh kualitas manajemen dan komunikasi organisasi yang diterapkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, implementasi manajemen event pada Expo Produk Program Studi telah berjalan secara sistematis melalui tahapan riset, desain, perencanaan, koordinasi, hingga evaluasi. Tahap riset dilakukan melalui studi banding dan eksplorasi digital, sementara tahap desain mengusung konsep clean corporate meskipun menghadapi dinamika perubahan lokasi. Perencanaan menunjukkan peran aktif mahasiswa dalam penyusunan timeline, pemilihan vendor, dan pengelolaan anggaran secara kolaboratif. Koordinasi berlangsung dinamis melalui komunikasi dua arah, walaupun terdapat tantangan struktural dan emosional, sedangkan tahap evaluasi menunjukkan kegiatan berjalan efektif meski belum sepenuhnya optimal. Secara keseluruhan, keberhasilan penyelenggaraan Expo Produk Program Studi dipengaruhi oleh faktor pendukung berupa kolaborasi tim yang solid, kualitas desain dan penataan stand yang profesional, serta keterlibatan aktif mahasiswa yang didukung komunikasi yang responsif dan kreatif. Adapun faktor penghambat mencakup ketidakpastian lokasi, keterbatasan waktu, kendala koordinasi dengan vendor, kompleksitas komunikasi, dan

keterbatasan sumber daya manusia, yang meskipun demikian dapat diatasi melalui kemampuan adaptasi, kerja sama, dan komitmen tim.

Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan kualitas penyelenggaraan Expo Produk Program Studi dapat dilakukan melalui penguatan pada setiap tahapan manajemen event. Pada tahap riset, diperlukan penggalian informasi yang lebih mendalam dan terdokumentasi secara sistematis, sedangkan pada tahap desain diperlukan kepastian lokasi sejak awal serta penguatan kapasitas mahasiswa melalui pelatihan. Pada tahap perencanaan, disarankan penyusunan timeline yang lebih realistis, pemilihan vendor lebih awal, serta pengelolaan keuangan yang lebih transparan. Tahap koordinasi perlu ditingkatkan melalui penyederhanaan alur komunikasi, kejelasan pembagian tugas, serta pengelolaan emosional tim yang lebih baik, sementara tahap evaluasi sebaiknya melibatkan seluruh pihak dan didokumentasikan secara sistematis. Selain itu, peningkatan kualitas kegiatan juga dapat dicapai melalui penguatan kerja sama dengan vendor, optimalisasi sumber daya manusia melalui pembagian kerja yang proporsional, serta penerapan komunikasi yang lebih efektif dan terpusat dalam mendukung kelancaran kegiatan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, A. (2017). *PERSEPSI MASYARAKAT PADA KOMUNITAS ANAK PUNK DI KELURAHAN AIR HITAM KOTA SAMARINDA*. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3036>
- Basuki, S. (2020). *Desain dan Implementasi Sistem Dashboard Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT) Standar 3 Berbasis KPI*. 2(9), 1195–1202. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/repositor/article/view/30869>
- Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Journal.Uny.Ac.Id*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075>
- Handayani, L., & Alisya, V. (2020). *ANALISIS MANAJEMEN EVENT : Studi Kasus Program CSR Wirausaha Muda Mandiri 2019*. 03(01), 95–109. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1068>
- Irliani, H., & Diniati, A. (2021). *ANALISIS MANAJEMEN EVENT TELKOM UNIVERSITY VIRTUAL RUN 2020*. 8(5), 7454–7472.
- Isyak, F. M., & Wijaksono, D. S. (2021). *PROSES MANAJEMEN VIRTUAL EVENT DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS THE 43 RD JAZZ GOES TO CAMPUS VIRTUAL FESTIVAL UNIVERSITAS INDONESIA) VIRTUAL EVENT MANAGEMENT PROCESS DURING THE COVID-19 PANDEMIC (CASE STUDY OF THE 43RD JAZZ GOES TO CAMPUS VIRTUAL*. 8(6), 8956–8970.
- Meilina, I., & Patrianti, T. (2023). *Event Management PT. Neo Exppo Promosindo Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Event IFBC 2022)*. 2(2), 43–50.
- Misludin, M. (2023). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KOMUNIKASI INTERNAL TERHADAP KEPUASAN KINERJA GURU SMA*. [Muhammadiyah.or.id](https://muhammadiyah.or.id). (2023). *Insight pemberdayaan MPM dalam aktualisasi Catur Implementasi Manajemen Event Expo Program Studi.....* 11

- Dharma. Muhammadiyah.* <https://muhammadiyah.or.id/2023/03/insight-pemberdayaan-mpm-sangat-diperlukan-dalam-aktualisasi-catur-dharma-perguruan-tinggi/>
- Mutezar, A. A., & Umniy Salamah. (2021). *Pengembangan Sistem Manajemen Event Pameran Karya Mahasiswa Menggunakan Metode Extreme Programming*. 5(10), 809–819.
- Pertiwi, N. A. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DINAS BKPSDM KABUPATEN SUBANG DALAM MENERAPKAN DISIPLIN KERJA*.
- Trigunadharma.ac.id. (2024). *Apa itu BAN-PT dan LAN-INFOKOM untuk akreditasi perguruan tinggi*. Trigunadharma. <https://trigunadharma.ac.id/detail/apa-itu-ban-pt-dan-lan-infokom-untuk-akreditasi-perguruan-tinggi-berbasis-it-dan-komputer>
- Wahdini, C. (2018). *PERANCANGAN KAMPANYE PENCEGAHAN PORNOGRAFI PADA ANAK SEKOLAH DASAR DI KOTA BANDUNG*. 5(2), 662–668.
- Widaharthana, I. P. E. (2025). *Faktor-Faktor Keberhasilan Manajemen Event dalam Penyelenggaraan Wedding oleh Glow Wedding and Event Planner*. 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.52352/jecom.v4i1.2324>